

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Komunikasi dan Multimedia

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap tahun 2011/2012

“Strategi Public Relations Sebagai Bagian Promosi Dalam Mempertahankan Positioning Mall”

(Studi Kasus pada PT. Plaza Indonesia Realty, Tbk sebagai High End Luxury Mall)

Marietta Rosiane 1100039041

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa strategi yang ditempuh oleh *Public Relations* sebagai bagian dari promosi dalam mempertahankan positioning suatu mall, dalam hal ini *Public Relations* Plaza Indonesia dalam mempertahankan positioning-nya sebagai “*High End Luxury Mall*”.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif yang memiliki ciri menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah. Peneliti merupakan instrument kunci, terjun langsung ke lapangan dan bertindak sebagai pengamat. Metode deskriptif hanya memaparkan suatu peristiwa, dan tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Hasil yang dicapai adalah peneliti memperoleh informasi mengenai strategi yang dijalankan oleh *Public Relations* Plaza Indonesia serta sarana promosi yang digunakan dalam menjaga *positioning mall* Plaza Indonesia.

Simpulan dari penelitian ini adalah Plaza Indonesia sebagai pelopor *High End Luxury Mall* senantiasa menjaga reputasi serta kredibilitas *mall* melalui program promosi yang dijalankan. Plaza Indonesia selektif dalam memilih sarana untuk melakukan promosi, sehingga media yang sesuai dengan konsep Plaza Indonesia terbatas. Dan untuk mendukung kegiatan tersebut, *Public Relations* Plaza Indonesia bertugas memelihara hubungan baik dengan media yang ada serta lebih membuka diri dari sarana media lainnya. Adapun melalui hasil wawancara terbuka dengan pengunjung menunjukkan bahwa mereka puas dan paham mengenai *positioning* Plaza Indonesia sebagai High End Luxury Mall.

Kata Kunci : strategi, *public relations*, promosi, *positioning*, dan *mall*